

Научная статья  
УДК 070.1  
DOI 10.47475/2949-3390-2024-4-2-364-370

## **СОЗДАНИЕ ЖУРНАЛИСТСКОГО МАТЕРИАЛА: СТОРИТЕЛЛИНГ КАК ПРИЕМ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ**

**Анастасия Александровна Шишкова**

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия  
anastasia.shishkova1@mail.ru

***Аннотация.*** В последние годы сторителлинг стал важным инструментом в арсенале журналистов. Особенно это прослеживается в материалах региональных средств массовой информации. Данная статья исследует роль сторителлинга в создании журналистских материалов, анализируя его влияние на восприятие информации и вовлеченность аудитории. Рассматриваются примеры применения сторителлинга в региональных СМИ и выявляются ключевые элементы, способствующие эффективному использованию этого приема. В выводах исследования приводится заключение, что в материалах различных жанрах можно задействовать элементы сторителлинга, что повысит усвояемость текста читателями, придаст ему увлекательности. Правильно используя элементы сторителлинга, можно не только пробудить в читателе интерес к истории, но и вызвать сопереживание к героям или более сложную эмоциональную реакцию – саспенс.

***Ключевые слова:*** сторителлинг, интернет-журналистика, региональные СМИ, вовлеченность аудитории, нарратив

***Для цитирования:*** Шишкова А. А. Создание журналистского материала: сторителлинг как прием в региональных СМИ // Динамика медиасистем. 2024. Том 4, Вып. 2. С. 364–370. doi: 10.47475/2949-3390-2024-4-2-364-370

## CREATION OF JOURNALISTIC MATERIAL: STORYTELLING AS A RECEPTION IN REGIONAL MEDIA

**Anastasia A. Shishkova**

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia

anastasia.shishkova1@mail.ru

**Abstract:** In recent years, storytelling has become an important tool in the arsenal of journalists. This is especially evident in the materials of regional media. This article examines the role of storytelling in the creation of journalistic materials, analyzing its impact on the perception of information and audience involvement. Examples of the use of storytelling in regional media are considered and key elements that contribute to the effective use of this technique are identified. The conclusion of the study is that storytelling elements can be used in materials of various genres, which will increase the digestibility of the text by readers and make it more exciting. Correctly using storytelling elements, you can not only awaken the reader's interest in the story, but also evoke empathy for the characters or a more complex emotional reaction – suspense.

**Key words:** storytelling, online journalism, regional media, audience engagement, narrative

**For citation:** Shishkova A. A. (2024). Creation of journalistic material: storytelling as a reception in regional media. *Dynamics of Media Systems*, Vol. 4, Issue 2: 364–370. (In Russ.). doi: 10.47475/2949-3390-2024-4-2-364-370

Журналистика является одной из самых динамично развивающихся сфер в мире и имеет огромное значение в современном обществе. В настоящее время социальные темы стали особенно актуальными и привлекательными для журналистов, так как они отражают действительность и реальные проблемы общества. В этой сфере важно не только передать информацию, но и вызвать у читателей эмоции и чувства, сформировать атмосферу и настроение. Для этого авторы материалов часто используют

сторителлинг как способ привлечения читателей и зрителей. Также этот прием помогает наглядно продемонстрировать аудитории важность и актуальность поднятых социальных проблем. В наше время, когда конкуренция за внимание читателей в журналистской индустрии очень высока, сторителлинг – это один из ключевых инструментов для создания успешных журналистских проектов. В условиях информационного перенасыщения, с которым сталкиваются современные СМИ, сторителлинг предлагает возможность выделиться и привлечь внимание аудитории. Для региональных СМИ, которые часто работают с ограниченными ресурсами и сталкиваются с конкуренцией со стороны крупных национальных изданий, применение сторителлинга может стать стратегическим преимуществом.

#### **Сторителлинг и элементы сторителлинга**

Сторителлинг определяют как технологию – «набор приемов и методов, вовлекающих потребителя в повествовательный акт, провоцирующих его на активную эмпатию, сопереживание описываемым драматическим событиям» (Симакова 2019: 92).

Отмечено, что сторителлинг включает в себя несколько ключевых элементов: герои, место, смысл, сюжет (Гридасова, Лапко 2018). Эти компоненты помогают создать эмоциональную связь между героем текста и аудиторией. Исследования показывают, что истории вызывают более сильные эмоциональные реакции, чем простая подача фактов, что может способствовать лучшему запоминанию информации и повышению ее значимости для читателя (Шумский, Иванова 2019; Панюкова 2020).

В соответствии с технологией создания сторителлинга для журналистского материала важны следующие аспекты: выбор темы, определение целевой аудитории, анализ фокусов раскрытия темы, выявление проблемы, обзор героев истории, разработка композиции материала, разработка стадий развития действия, создание интересного сюжета. Требования, предъявляемые к наполнению истории, заключаются в том, чтобы история была интересна читателю (Зайкова 2022).

Для качественного внедрения сторителлинга важно не только включить в текст все основные его элементы, но и правильно их выстроить. Существует «ряд принципов сторителлинга,

способствующих эффективности истории: присутствие в сюжете типичного представителя из целевой аудитории; проблемы, о которых повествует рассказчик, должны быть близки к реальной жизни; сюжетная линия должна развиваться стремительно» (Челнокова, Казначеева, Калинкина, Григорян 2017: 10).

Особенностью сторителлинга является то, что это технология глубокого проникновения. Человек усваивает истории в раннем детстве как слушатель. Данному методу передачи информации тысячелетия. Способность воспринимать истории – врожденная для каждого человека. Существуют три этапа сторителлинга, позволяющие эмоционально вовлечь читателя. В первую очередь это стимулирование любопытства – контролируя порционность информации, автор подогревает любопытство читателя и поддерживает его внимание к истории. Исследователь Е. С. Зайкова в своей работе отмечает: «Композиционная система, характерная для литературного мира, остается актуальной и при создании материала журналистского, в том числе при создании сторителлинга» (Зайкова 2022: 11). Второй этап – стимулирование сопереживания: создается такой образ героя, с которым читатель может обнаружить общие ценности. Последним этапом необходимо вызвать у читателя эмоциональную реакцию на рассказываемую историю. Главная задача журналиста при использовании сторителлинга переработать историю таким образом, чтобы она не потеряла своей достоверности, но при этом была наиболее интересной для читателя (Митте 2012).

#### **Специфика использования сторителлинга в региональных СМИ**

Рассмотрим использование элементов сторителлинга в новостных материалах на примере регионального СМИ «74.RU». Особое внимание обратим на следующие параметры:

- наличие в материале типичного представителя целевой аудитории;
- актуальность проблемы для целевой аудитории;
- наличие контекста;
- наличие смысла;
- стремительно развивающийся сюжет.

Первый материал называется «"Меня в такси с тремя детьми не берут": в Челябинске мама тройняшек не может добиться ремонта машины» (<https://74.ru/text/family/2023/05/25/72324680/>).

История повествует о многодетной матери Наталье. В тексте показана не только касающаяся заголовка часть жизни женщины, но и небольшая предыстория непосредственных событий. Сначала идет повествование о том, как на свет появилась тройня, а потом уже рассказ плавно переходит к тому, с какими трудностями столкнулась многодетная мама, когда ее автомобиль сломался, и почему ей никак не обойтись без него. Проблема некачественного оказания услуг типична для целевой аудитории. Образ героини вызывает сопереживание, поскольку является типичным, но ярким для читателей. Цитаты Натальи о ее быте позволяют больше понять женщину и проникнуться симпатией к многодетной маме. Имеются органично вписанные подзаголовки, сохраняющие динамику сюжета. Все это способствует формированию вовлеченности и позволяет читателю погрузиться в историю.

Второй материал: «У меня самый большой класс в школе – 9 человек». История московской учительницы, переехавшей в глубинку» (<https://74.ru/text/education/2023/05/25/72333899/>). Данный материал рассказывает нам историю девушки-учителя, которая отправилась навстречу неизведанному и вышла из зоны комфорта, уехав из Подмоскovie в Сосновку преподавать для школьников начальных классов. Проблема нехватки учителей в селах типична для жителей региона. В материале много цитат, раскрывающих героя, Дарья рассказывает и о своих мечтах, и о том, как жила до Сосновки, и почему она решилась на такой переезд. Как преподаватель она делится и мнением об отличиях московских школьников от Сосновских, а как новичок в Сосновке – мнением о жителях и их быте. Создается образ лучезарной, доброй девушки, который способен вызвать отклик у читателя. Материал развивается постепенно: часть мыслей из одного блока плавно перетекает в другой, но при этом история не затянута и достаточно динамична, чтобы удерживать внимание читателя.

### **Вывод**

В журналистских публикациях практически любого жанра можно различными способами задействовать элементы сторителлинга, что повысит увлекательность текста, придаст ему живости и красочности и позволит удержать внимание читателя даже длительное время. Правильно используя элементы

сторителлинга, можно не только пробудить в читателе интерес к истории, но и вызвать сопереживание к героям или более сложную эмоциональную реакцию – саспенс. В журналистские материалы региональных СМИ необходимо включать элементы сторителлинга для получения большего отклика аудитории на публикацию и эффективного раскрытия поднятых в материале вопросов и проблем.

#### Список источников

Гридасова Е. Г., Лапко А. В., Сторителлинг в журналистике: опыт применения // Современные научные исследования и разработки. 2018. № 6 (23). С. 208–210.

Зайкова Е. С. Технологии сторителлинга в современной практике журналиста // Медиасреда. 2021. № 1. С. 10–16.

Митта А. Н. Кино между адом и раем. Москва : Астрель, 2012. 636 с.

Панюкова С. А. Функциональность метода цифрового сторителлинга в научно-популярных материалах // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2020. Т. 26, № 3 (199). С. 105–111. DOI 10.15826/izv1.2020.26.3.053.

Симакова С. И. Мультимедийный сторителлинг: проблемы и перспективы // Известия уральского федерального университета. Серия 1: проблемы образования, науки и культуры. 2019. № 3 (189). С. 91–98.

Челнокова Е. А., Казначеева С. Н., Калинин К. В., Григорян Н. М. Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций // Перспективы науки и образования. 2017. № 5 (29). С. 7–12.

Шумский П. П., Иванова Л. Н., Эмоции как процесс, влияющий на деятельность человека. Мозырь : Белый ветер, 2019. 324 с.

#### References

Gridasova, E. G. & Lapko, A. V. (2018). Storitelling v zhurnalistike: opyt primeneniya [Storytelling in Journalism: Application Experience]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i razrabotki*, 6 (23). 208–210. (In Russ.).

Zaykova, E. S. (2021). Tekhnologii storitellinga v sovremennoy praktike zhurnalista [Storytelling technologies in modern journalistic practice]. *Mediasreda*, 1. 10–16. (In Russ.).

Mitta, A. N. (2012). *Kino mezhdu adom i raem*. [Cinema between hell and heaven]. Moscow : Astrel. 636 p. (In Russ.).

Panyukova, S. A. (2020). Funkcional'nost' metoda cifrovogo storitellinga v nauchno-populjarnyh materialah [Functionality of the digital storytelling method in popular science materials]. *Izvestija Ural'skogo federal'nogo universiteta. Serija 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*, 3 (199). 105–111. DOI 10.15826/izv1.2020.26.3.053 (In Russ.).

Simakova, S. I. (2019). Multimediyunny storitelling: problemy i perspektivy. [Multimedia storytelling: problems and prospects]. *Izvestiya uralskogo federalnogo universiteta. Seriya 1: problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*, 3 (189). 91–98. (In Russ.).

Chelnokova, E. A., Kaznacheeva, S. N., Kalinkina, K. V. & Grigoryan, N. M. (2017). Storitelling kak tekhnologiya effektivnykh kommunikatsiy [Storytelling as a technology of effective communications]. *Perspektivy nauki i obrazovaniya*, 5 (29). 7–12. (In Russ.).

Shumskiy, P. P. & Ivanova, L. N. (2019) *Emotsii kak protsess, vliyayushchiy na deyatelnost cheloveka* [Emotions as a process influencing human activity]. Mozyr : Belyy veter. 324 p. (In Russ.).

#### **Информация об авторах**

**А. А. Шишкова** – студентка четвертого курса факультета журналистики

#### **Научный руководитель**

**С. А. Панюкова** – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры медиапроизводства

#### **Information about the authors**

**Anastasia A. Shishkova** – fourth-year student of the Faculty of Journalism

#### **Scientific director**

**Svetlana A. Panyukova** – Candidate of Philological Sciences, Senior Lecturer, Department of Media Production

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.  
The author declares no conflicts of interests.